

VuMA: Mehr Sicherheit für Ihre Media-Entscheidungen.

Die Zeiten ändern sich – auch in der Media-Planung. Soziodemographische Merkmale wie Geschlecht, Alter, Bildung oder Einkommen haben nicht zwangsläufig Einfluss auf die Kaufentscheidung des Einzelnen. Denn unbestritten kaufen auch Personen mit überdurchschnittlichem Einkommen beim Discounter, tragen Schüler und Studenten mit wenig verfügbarem Einkommen teure Kleidung mit dem entsprechenden Label. Vielmehr wird die Kaufentscheidung dadurch beeinflusst, welche Konsumgüter oder Dienstleistungen zum eigenen Lebensstil passen. Für Media-Verantwortliche ist dies eine besondere Herausforderung. Nur mit soliden Detailinformationen über die anvisierte Zielgruppe lässt sich Werbung erfolgreich planen.

Konsum- und Mediennutzungsinformationen aus einer Hand ...

Als wichtigste Markt-/Mediastudie für die elektronischen Werbeträger Radio und TV liefert die Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA) Konsum- und Mediennutzungsinformationen aus einer Hand. Im Mittelpunkt stehen dabei der Kauf und der Gebrauch von ca. 250 Produktgruppen sowie die Verwendung von etwa 1.200 Marken. Neben den klassischen schnell drehenden Konsumgütern sind auch langlebige Konsumgüter und Dienstleistungen Untersuchungsgegenstand. In der VuMA 2010 sind darüber hinaus auch erstmals Fragen zu Modernisierungsmaßnahmen am Haus sowie zum Stellenwert nachhaltiger Produktionsverfahren beim Kauf von Produkten zu finden.

... für die perfekte Kampagnenplanung.

Die so erfassten „Marktdaten“ lassen sich mit entsprechenden Radio- und Fernsehnutzungsdaten problemlos kombinieren. Das Ergebnis: Auf der einen Seite können Radiokampagnen exakt für die relevante Zielgruppe geplant werden, auf der anderen Seite eignet sich die VuMA auch für die strategische Mix-Planung TV/Funk auf regionaler wie nationaler Ebene. Zur Auswahl stehen dabei 168 Radioangebote, deren Reichweiten an die jeweils aktuelle Media-Analyse angepasst werden – neben der Durchschnittstunde werden auch die werberelevanten Einzelstunden zwischen 5 und 24 Uhr ausgewiesen. Damit nicht genug: In der VuMA sind auch 20 TV-Sender dargestellt. Die TV-Daten stammen aus dem Panel der GfK-Fernsehforschung und wurden für die VuMA adaptiert.

Was können wir für Sie tun?

Sie möchten die vielfältigen Informationen der VuMA auch für die Planung Ihrer Kampagne nutzen? Sprechen Sie uns an und nutzen Sie unseren kostenlosen Service! Das Media Sales Service Team der WDR mediagroup GmbH hilft Ihnen, Ihre Marketing-Zielgruppe in eine planbare und Erfolg versprechende Media-Zielgruppe zu transportieren.

Peter Klein
Leitung
E-Mail: peter.klein@wdr-mediagroup.com
Tel. 0221 2035-217

Petra Weidenfeld
Radio Service Managerin
E-Mail: petra.weidenfeld@wdr-mediagroup.com
Tel. 0221 2035-216